

tesis  
2297

# **UNIVERSIDAD DEL SALVADOR**

## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACION Y DE LA COMUNICACION SOCIAL**

### **PUBLICIDAD**

#### **Seminario de Investigación**

**Profesor Juan Bautista GONZALEZ SABORIDO**



**USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR**

**Alumno: Gustavo Javier Lombardi**

**Tema: "La Creatividad y Su Educación"**

**Abril 1996**

## **Agradecimientos**

"A mis padres y a mi novia por su apoyo incondicional."



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## ¿Por qué este tema?

Elegí este tema ya que mi intención de trabajar en Publicidad surgió porque quería ser redactor y hacer campañas memorables.

Con el tiempo me fui dando cuenta de mis limitaciones y mi escasa creatividad. Como yo trabajaba con un amigo mío y siempre admiraba su creatividad, comencé a interesarme por tratar de descubrir a qué se debían esas diferencias abismales. Lo que él resolvía creativamente en una hora yo podía pasarme todo el día, y lo más raro de todo era que no utilizaba ninguna herramienta, sólo su cerebro. Desde ese entonces, siempre me interesó saber si la inteligencia era sinónimo de creatividad, si ésta podía ser desarrollada a través de la educación, si existían mecanismos creativos para mejorarla y cuáles eran mis bloqueos con respecto a la creatividad.

Luego de haber investigado tanto y trabajando como Ejecutivo de Cuentas en una agencia sé que puedo desarrollar todo mi potencial creativo de igual forma o más que si fuera redactor.

La creatividad se aplica a lo largo de toda la vida.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

# INDICE

## CAPITULO I

INTRODUCCION	1
¿QUE ES LA CREATIVIDAD?	3
CUALIDADES DE UN CREATIVO	5
DISTRIBUCION DE LA CREATIVIDAD	8
LA CREATIVIDAD Y SU RELACION CON EL COEFICIENTE INTELECTUAL	10



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## CAPITULO II

LAS BARRERAS DE LA CREATIVIDAD	12
a) bloqueos perceptuales	12
b) bloqueos culturales	13
c) bloqueos emocionales	14
ES POSIBLE SUPERAR LOS BLOQUEOS A LA CREATIVIDAD	15
DEMOLIENDO IDEAS	16

### **CAPITULO III**

ABORDANDO Y RESOLVIENDO PROBLEMAS DE MANERA CREATIVA	20
GENERANDO IDEAS A PARTIR DE UN ANALISIS DEL PROBLEMA	21
a) El diagrama del pez	23
B) El diagrama del Porqué	24
BRAINSTORMING	27
ANALOGIA METAFORICA Y SINECTICA	29
SESION GATILLO	31
BUZON DE SUGERENCIAS	31
ANALISIS DE CAMPO DE FUERZAS	32
EL DIAGRAMA DEL COMO	34



### **CAPITULO IV**

LA CREATIVIDAD COMO ARMA DE LA PUBLICIDAD	35
LIMITACIONES DE LA CREATIVIDAD EN UNA AGENCIA	37
LA CONTINUA BUSQUEDA DE RESULTADOS	39
CREATIVIDAD Y EFECTIVIDAD	42
LA CREATIVIDAD NO VENDE POR SI SOLA	45

LOS MECANISMOS CREATIVOS DE 4 GRANDES CREATIVOS ARGENTINOS 46

LA IMPORTANCIA DE LOS PREMIOS

51

## **CAPITULO V**

FORMANDO ADOLESCENTES CREATIVOS

53

UN PROGRAMA CREATIVO PARA LEER EN CLASE

57

BARRERAS EN LA ENSEÑANZA CREATIVA

59

CUALIDADES DE UN MAESTRO CREATIVO

60

CONCLUSIONES

64



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## Objetivo:

A menudo solemos pensar (por no poder determinar realmente que es ser creativo) que la creatividad es un don especial que poseen muy pocas personas y no creemos en nuestras aptitudes creativas.

Trataremos de determinar si la creatividad puede ser desarrollada a través de su educación.

Un capítulo estará dedicado a la publicidad donde la creatividad es su principal herramienta de trabajo. A pesar de eso la escasez de ideas novedosas evidencia una falta de educación para generar más y mejores ideas.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## *I*NTRODUCCION

En estos tiempos, no cabe duda que una palabra que está de moda en Argentina y sobre todo es empleada por los jóvenes que siguen indistintamente cualquier carrera relacionada con los negocios es la palabra ***creatividad***.

Este concepto que hace titubear a cualquier persona cuando trata de definirlo, plantea una cantidad de interrogantes. Es indiscutido que una de las clases de persona que mayor demanda tiene y más escasea es la creativa, y en un mundo regido por los negocios la creatividad es condición "sine qua non" para destacarse.

El problema por ejemplo puede surgir cuando leemos un aviso de pedido de personal y nos encontramos con que se solicita alguien creativo, ¿cómo saber si uno es la persona indicada para este tipo de trabajo? ¿Que es realmente ser creativo? Posee un don especial la persona creativa ? ¿Cuáles son las cualidades que hacen de esta persona alguien diferente y perseguida por la mayoría de las compañías? Existe una relación directa entre la creatividad y el coeficiente intelectual?. Tal vez esta persona posee un grado de inteligencia al cual no podré llegar jamás. Es sólo a través de la experiencia que podemos enriquecernos creativamente o existen mecanismos para motivar la creatividad?

La creatividad es una facultad inherente a toda persona pero al igual que el resto de las facultades que poseemos se desarrolla en mayor o en menor medida dependiendo de la capacidad y el interés de cada uno. Creo que tener bien en claro de qué manera podemos acrecentar nuestra creatividad nos puede servir para manejarnos de manera más eficiente tanto en nuestro trabajo como en la vida misma.